

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi saat ini sudah berkembang sangat pesat, terutama dalam media elektronik yaitu melalui internet. Internet menjadi media yang mempermudah aktivitas manusia untuk mendapatkan data dan informasi yang kita cari. Menurut O'Brien (2003 hlm. 10) mengungkapkan bahwa internet berkembang pesat dari jutaan bisnis, pendidikan, dan jaringan pemerintahan dan saling berhubungan dengan jumlah pengguna lebih dari 200 negara. Pengguna Internet ini terhubung ke *World Wide Web* dan menciptakan perusahaan serta investor dalam perdagangan elektronik. Dampak dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat manusia berinteraksi satu sama lain melalui internet. Saat ini, sebagian masyarakat melakukan aktivitas dengan menggunakan teknologi yang canggih seperti laptop, *handphone* dan terkoneksi dengan internet. Dengan adanya teknologi ini memberi dampak positif khususnya mengatasi masalah – masalah sosial dan ekonomi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Rahardjo (2002, hlm. 41) yaitu adanya teknologi informasi yang dapat membantu mengatasi masalah, kendala atau ketidakmampuan kita pada sesuatu. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh orang, organisasi maupun perusahaan dengan menggunakan internet

Perdagangan elektronik mencakup interaksi organisasi dan mitra dagang. Penggunaan jaringan internet untuk transaksi sangat mempengaruhi hubungan penjual dan pembeli. Efek utama yang dapat terjadi yaitu lebih kepada pembentukan hierarki elektronik daripada penciptaan pasar elektronik yang besar. Banyak masalah yang berkaitan dengan isu mengenai kerja kolaboratif antara organisasi melalui jaringan internet diantaranya memastikan privasi konsumen dalam perdagangan elektronik, memfasilitasi perdagangan berbasis jaringan dan kemungkinan tanggapan perilaku konsumen terhadap belanja elektronik. (Branson et al., 1995; dan Reitz & Lewis, 1995 dalam Steinfield, 1995).

Keberadaan internet memberikan manfaat jika digunakan dengan bijak oleh penggunanya. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017 tentang pengguna internet sebagai berikut :



Gambar 1.1

Gambar Hasil Survey APJII 2017

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) diatas menunjukkan bahwa dari 143.26 juta pengguna internet Indonesia, dalam jual beli melalui internet ternyata masyarakat yang mengakses jasa layanan jual barang sebanyak 8, 12% dan beli barang 32,19%. Faktanya sebagian masyarakat lebih konsumtif membeli barang pada perdagangan elektronik (*e-commerce*). Pada perdagangan elektronik (*e-commerce*) ini memiliki beberapa kelebihan sehingga konsumen dan pelaku usaha banyak yang menggunakan sistem *e-commerce*. Dengan adanya layanan *e-commerce* maka konsumen dapat mengakses serta melakukan pemesanan produk dari berbagai tempat dengan mudah melalui internet dengan transaksi elektronik. Menurut Ardyanto, A. dan Heru S. R, (2015, hlm. 2) bahwa penggunaan layanan jasa daring atau yang disebut *e-commerce* dapat dinikmati oleh konsumen maupun perusahaan sendiri melalui internet dalam

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

membantu akses yang mudah dan efektif dalam mengatasi berbagai masalah. Hal ini dikemukakan oleh Rahardjo (2002, hlm. 41) yaitu adanya teknologi informasi melalui internet dapat membantu mengatasi masalah, kendala atau ketidakmampuan kita pada sesuatu. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh orang, organisasi maupun perusahaan dengan menggunakan internet.

Perkembangan *e-commerce* di negara berkembang salah satunya dipengaruhi oleh inisiatif Pemerintah seperti pendapat yang dikemukakan oleh Molla (2005) dalam *Exploring the Reality of e-Commerce Benefits Among Businesses in a Developing Country* bahwa

..... to explore the relevance of e-commerce and the opportunity of its growth in developing countries, it is important to understand national factors that affect e-commerce adoption. Government initiatives are important in the adoption of e-commerce and other ICT in general. They can be in terms of promotion of ICT usage, education and the establishment of adequate regulatory framework for e-commerce including taxation and tariff for revenue generated through e-commerce and Intellectual Property protections. Government initiatives are affected by many factors including the country's political condition, economic condition, and external influence from other countries.

Pendapat tersebut menunjukkan bahwa untuk mengeksplorasi relevansi *e-commerce* dan peluang pertumbuhannya di negara-negara berkembang untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce*. Inisiatif pemerintah penting dalam penerapan *e-commerce* dan TIK lainnya secara umum. Hal tersebut dapat dilakukan dalam promosi penggunaan TIK, pendidikan dan pembentukan kerangka peraturan yang memadai untuk *e-commerce* termasuk pajak dan tarif untuk pendapatan yang dihasilkan melalui *e-commerce* dan perlindungan kekayaan Intelektual. Inisiatif pemerintah dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk kondisi politik negara, kondisi ekonomi, dan pengaruh eksternal dari negara lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Darley, K (2003) bahwa dalam menerapkan *e-commerce* memiliki tantangan kebijakan publik dalam menciptakan lingkungan peraturan dan ekonomi yang menarik. Pemerintah nasional memiliki peran penting dalam menyediakan

lingkungan yang memungkinkan dan membuat kebijakan publik yang baik untuk seluruh masyarakat.

Sebagaimana disepakati beberapa ahli bahwa dalam kebijakan publik merupakan tindakan yang dilakukan atau tidak dilakukan pemerintah, dimana tindakan tersebut diimplementasikan kepada publik untuk mencapai tujuan dalam mengatasi dan memecahkan permasalahan di publik (Dunn, 2003; Dye dan Anderson (dalam Suharto, 2012, hlm. 44); Robert Eyestone dan Ricard Rose (dalam Winarno, 2016, hlm. 19; George C. Edward III dan Sharkansky (dalam Heryani, 2010, hlm. 9). Sebagai gambaran, isu kebijakan di era Revolusi Industri 4.0 saat ini memasuki dunia digital, dimana penggunaan jaringan internet bukan hal yang baru, maka pembuatan kebijakan untuk mengatasi berbagai masalah yang muncul sangat diperlukan. Hal ini sesuai dengan pendapat Margetts, H.Z (2009, hlm. 18) menyatakan bahwa perumusan kebijakan yang mengatur internet diperlukan seiring dengan meluasnya penggunaan internet oleh warga negara, perusahaan, pemerintah dan organisasi sukarela. Ini berpengaruh pada perubahan sosial dan kebijakan pemerintah. Dalam membuat perumusan kebijakan publik tanpa memahami teknologi, sosial dan perubahan ekonomi yang terkait dengan internet, tujuan kebijakan tidak akan tercapai. Maka peran pemerintah khususnya dalam peraturan mengenai *e-commerce* dipandang penting dalam menghadapi tantangan di era digital untuk mengatasi berbagai masalah yang muncul saat penggunaan *e-commerce*.

Gejala kesenjangan yang muncul dalam tren jual beli melalui internet ini, masyarakat yang berbelanja daring lebih praktis di bandingkan berbelanja konvensional. Peluang ini dapat dimanfaatkan bagi pemasar untuk memasarkan produknya. Dalam artikel yang dikemukakan oleh Paragian (2014, 11 juni) yang diakses dari <https://id.techinasia.com> bahwa Google Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) pada awal tahun 2014 melakukan studi yang mencari tahu perilaku pengguna di negara ini. Studi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari 1.300 masyarakat Indonesia yang berusia 18 sampai 50 tahun dan berdomisili di 12 kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Semarang,

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Surabaya, Yogyakarta, Bali, Padang, Medan, Banjarmasin, Pontianak, Makassar, dan Manado. Hasil studi ini menemukan bahwa meskipun ada beberapa masyarakat Indonesia yang belum lama ini dan/atau secara aktif melakukan transaksi daring (*recent online shopper*), ada yang sudah lama tidak berbelanja daring (*non-recent online shopper*) atau bahkan belum pernah sama sekali melakukan belanja daring (*non-online shopper*). Untuk barang yang paling sering dibeli, 78 persen dari mereka yang secara aktif berbelanja daring membeli produk-produk fashion, kemudian diikuti dengan perangkat mobile (46 persen), *consumer electronic* seperti kamera atau konsol game (43 persen), buku dan majalah (39 persen), dan yang paling unik, barang kebutuhan sehari-hari (24 persen).

Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Paragian, Y (2014, 11 juni) yang diakses dari <https://id.techinasia.com> mengungkapkan bahwa dalam jual beli daring, faktor keamanan dan kenyamanan merupakan hal yang penting. Untuk motivasi berbelanja, para pembeli aktif ini suka berbelanja daring bukan karena faktor harga. Lima alasan utama yang membuat mereka senang berbelanja daring adalah karena lebih cepat (72 persen), tidak mengharuskan datang ke toko fisik (66 persen), barang diantar langsung ke rumah atau lokasi tertentu (64 persen), bisa membandingkan banyak produk dengan mudah (61 persen), dan bisa mengakses barang dengan mudah (58 persen). Dari kelima aspek di atas, bukan hanya aspek harga saja, melainkan *convenience* atau kemudahan dan kenyamanan yang dimiliki oleh *e-commerce*. Untuk harga sendiri, hanya 45 persen dari para pembeli aktif ini yang menjadikan harga yang lebih murah sebagai salah satu alasan untuk berbelanja daring. Untuk mereka yang jarang berbelanja daring atau sudah lama tidak berbelanja daring, 67 persen mengatakan bahwa harga merupakan faktor yang membuat mereka mau membeli daring. Adapun faktor yang membuat mereka tidak mau atau ragu, 42 persen mengatakan bahwa mereka ragu akan kualitas produknya, 40 persen mengatakan bahwa mereka takut akan keamanan ketika berbelanja, dan 38 persen ingin melihat produknya secara langsung terlebih dahulu sebelum membeli.

Penelitian ini berangkat dari hasil telaah yang dilakukan peneliti terhadap beberapa laporan hasil penelitian, artikel jurnal ilmiah, serta berbagai data dan informasi yang terpublikasi masih perlunya peran pemerintah dalam pelaksanaan kebijakan UU ITE terhadap pengguna *e-commerce* agar lebih efektif. Adapun pemilihan topik penelitian didasarkan pada gejala permasalahan dilapangan yang menunjukkan bahwa:

Pertama, maraknya pencurian data milik pribadi saat bertransaksi saat jual beli secara daring yang akan berdampak pada pentingnya perlindungan konsumen. Pencurian data bisa saja terjadi jika kebiasaan pengguna internet yang tidak menjaga data pribadi mereka, seperti melampirkan data diri di media sosial mulai dari alamat rumah hingga nomor telepon. Data-data tersebut bisa saja digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Makanya para pengguna pun harus memiliki kesadaran untuk menjaga data pribadi mereka agar tidak terjadi penipuan di dunia maya. Dalam hal ini kewajiban untuk berhati – hati bukan hanya dibebankan kepada produsen, akan tetapi juga kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Knottembelt (dalam Miru, A, 2011, hlm. 55) bahwa kewajiban untuk – berhati – hati ini bukan hanya dibebankan kepada produsen berdasarkan keputusan, namun juga kewajiban ini ditujukan terhadap konsumen sebagai pencegah timbulnya kerugian. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Paragian, Y (2014, 11 juni) bahwa berdasarkan laporan Kaspersky Cybersecurity Index, keamanan siber Indonesia masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan negara lain. Laporan ini menyebutkan, pada tahun 2017, di tingkat Asia dan Pasifik, Indonesia menempati peringkat 19. Jauh di bawah Singapura yang berada di posisi ke 6, Brunei Darussalam ke 8, Malaysia ke 9, Thailand ke 10, Filipina ke 15 maupun Vietnam yang berada pada peringkat 17.

Masalah pencurian data pribadi ini dilindungi dalam Undang-Undang No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sudah di atur dalam Pasal 26 Ayat (1) bahwa dalam pemanfaatan Teknologi Informasi, perlindungan data pribadi

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

merupakan salah satu bagian dari hak pribadi (*privacy rights*). Hak pribadi mengandung pengertian sebagai berikut: a. Hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan; b. Hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan Orang lain tanpa tindakan memata-matai; c. Hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang.

Masalah perlindungan konsumen menjadi hal sangat penting agar tidak ada pihak yang dirugikan. Di Indonesia telah diatur Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang di dalamnya ada aturan mengenai hak-hak konsumen. Dalam setiap transaksi atau penggunaan suatu produk barang dan jasa tertentu, pelaku usaha harus menjamin semua hak konsumen terpenuhi. Dalam Pasal 17 UUPK juga diatur tentang larangan pelaku usaha memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga dilarang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa, serta pelaku usaha dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.

Kedua, masalah penipuan melalui jual beli daring. Beberapa kasus yang terjadi mengenai kasus penipuan situs belanja daring. Dalam artikel yang diungkapkan oleh Nursalikhah (2016, 22 Februari) yang di akses dari <http://republika.co.id> bahwa polisi ungkap komplotan penipuan situs belanja daring dengan mengamankan lima sindikat kejahatan daring asal Sulawesi Selatan. Lima sindikat ini telah melakukan penipuan dengan modus membuat akun palsu dan merugikan konsumen. Direktur Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya, Kombes Mujiono mengatakan lima sindikat ini membuat akun palsu di situs toko daring. Situs itu di antaranya olx.co.id, kaskus.co.id, bukalapak.com, tokopedia.com dan penipuan undian Teh Gelas. Adapun modus yang dilakukan, yaitu dengan menjual sepeda, motor, jam tangan, batu akik, ponsel, tablet, alat rumah tangga, dan sebagainya. Korban penipuan diminta pelaku untuk mentransfer sejumlah uang ke rekening palsu

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

milik tersangka. Tersangka membuat rekening palsu, akun palsu, mengecek uang transfer dan mengambil uang yang sudah ditransfer. Akun palsu dalam situs daring sebagai penjual fiktif. Ditreskrimsus selama periode 2015 menerima 93 laporan penipuan melalui situs daring. Setelah diselidiki ditemukan sebagian besar posisi pelaku berada di Kecamatan Tandru Tedong, Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan.

Masalah penipuan melalui *e-commerce* juga terjadi di Bandung. Dalam artikel yang diungkapkan oleh Jabbar (2014, 15 September) yang di akses di <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya> bahwa tersangka penipuan yang meraup miliaran rupiah dilakukan oleh Sayidah. Dalam melakukan aksinya Sayidah menawarkan jual beli barang dengan harga murah melalui media sosial hingga omset miliaran rupiah, akibat perbuatan tersebut dirinya dikenai Pasal 378 dan 372 KUHP dengan hukuman di atas 5 tahun penjara. Tersangka ditangkap jajaran Satreskrim Polrestabes Bandung, karena telah terbukti melakukan penipuan jual beli daring via Facebook. Sayidah ditangkap karena dalam menjual produk-produknya tersebut secara palsu, jadi setelah si pembeli mentransfer uang, Sayidah tidak pernah mengirim barang yang dijualnya via *Facebook* tersebut. Kerugian korban ditaksir mencapai ratusan miliar rupiah. Adapun jumlah korban yang sudah berjatuhannya mencapai 33 orang, itupun hanyalah mereka yang melapor, diduga ada banyak lagi orang yang tertipu. Sayidah menawarkan barang berupa handphone dengan harga di bawah pasaran. Korban bernama Rini ini akhirnya transfer Rp 2 miliar pada Januari lalu dan sampai hari ini barangnya tidak dikirimkan juga. Laporan dari pihak yang melakukan penyelidikan. Ternyata korban bukan cuma Rini saja. Tercatat konsumen yang akan membeli handphone dari tersangka berasal dari beberapa daerah di Indonesia. Jumlahnya dari berbagai daerah yang mencapai 33 orang, itupun yang terdeteksi diduga ada korban lain selain ke 33 orang itu, bahkan paling kecil ada yang ngirim Rp 500 juta, bahkan miliaran rupiah. Kalau ditotalkan ada ratusan miliar. Selain tersangka pihaknya mengamankan barang bukti 27 lembar rekening koran dan sembilan lembar *copy* setoran tunai. Penyebab tersangka melakukan penipuan tersebut karena terkena utang piutang.

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Berkaitan dengan permasalahan penipuan dalam jual beli daring yang masih terjadi. Padahal pasal yang mengatur pelanggaran penipuan secara daring sudah tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik pasal Pasal 39 (1) Penyelenggara Agen Elektronik wajib : a. melakukan pengujian keautentikan identitas dan memeriksa otorisasi Pengguna Sistem Elektronik yang melakukan Transaksi Elektronik; b. memiliki dan melaksanakan kebijakan dan prosedur untuk mengambil tindakan jika terdapat indikasi terjadi pencurian data; c. memastikan pengendalian terhadap otorisasi dan hak akses terhadap sistem, database, dan aplikasi Transaksi Elektronik; d. menyusun dan melaksanakan metode dan prosedur untuk melindungi dan/atau merahasiakan integritas data, catatan, dan informasi terkait Transaksi Elektronik; e. memiliki dan melaksanakan standar dan pengendalian atas penggunaan dan perlindungan data jika pihak penyedia jasa memiliki akses terhadap data tersebut, f. memiliki rencana keberlangsungan bisnis termasuk rencana kontingensi yang efektif untuk memastikan tersedianya sistem dan jasa Transaksi Elektronik secara berkesinambungan; dan g. memiliki prosedur penanganan kejadian tak terduga yang cepat dan tepat untuk mengurangi dampak suatu insiden, penipuan, dan kegagalan Sistem Elektronik.

Ketiga, permasalahan lain yang muncul yaitu belum optimalnya peran pemerintah dalam menindak pelaku kejahatan dalam jual beli secara daring. Dalam hal ini, Pemerintah berperan dalam melindungi masyarakat jika terjadi pelanggaran dalam transaksi elektronik, hal ini dijamin UU No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dalam Pasal 40 ayat (1) bahwa Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu dalam proses penyidikan dijamin dalam Pasal 43 ayat (1) selain Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan Pemerintah yang lingkup tugas dan

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

tanggung jawabnya di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Hukum Acara Pidana untuk melakukan penyidikan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.

Aturan hukum yang berlaku jika terjadi penyalahgunaan dalam transaksi elektronik terdapat didalam UU No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yaitu Pasal 45A ayat (1) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Selain itu, dalam Pasal 26 ayat (2) Setiap Orang yang melanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan Undang-Undang ini.

Penelitian terdahulu mengenai kebijakan UU ITE terhadap pelaksanaan *e-commerce* ini telah banyak mendapat perhatian dikalangan akademisi dan peneliti. Hal tersebut dipandang menarik untuk diangkat menjadi topik penelitian. Ada yang mengkaji dari perspektif bisnis dan perspektif hukum. Pada penelitian dilakukan oleh Darley,K (2003) mengkaji kebijakan publik terhadap *e-commerce* dalam prespektif bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa tantangan yang timbul dalam penerapan *e-commerce* yaitu kurangnya kebijakan telekomunikasi nasional yang efektif, infrastruktur telekomunikasi yang tidak memadai, gagal teknologi, kurangnya teknisi yang terlatih dan berkualitas baik, tidak adanya biaya dan penyedia layanan Internet yang kompetitif dan kurangnya kualitas layanan penyedia layanan Internet.

Selanjutnya beberapa penelitian yang mengkaji dari perspektif hukum. Dalam penelitian yang dilakukan Lukito (2017) menyimpulkan bahwa pertama, tantangan hukum dalam pembangunan *e-commerce* mencakup badan hukum, perijinan, aspek legalitas, perlindungan hukum dalam komunitas *e-commerce*. Kedua, peran pemerintah dalam pembangunan *e-commerce* yaitu dengan melakukan perbaikan

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

sistem hukum nasional sesuai dengan dinamika telematika dan menerbitkan regulasi yang memuat aspek pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, infrastruktur jaringan komunikasi, logistik, keamanan siber, dan manajemen pelaksanaan peta jalan *e-commerce*. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rumata, V (2017) dalam *The Indonesian E-commerce Governance Challenges in Addressing the Penetration of Global User Generated Commerce Platforms* yang menunjukkan bahwa Industri *e-commerce* baru-baru ini menjadi salah satu perhatian utama pemerintah Indonesia. Keputusan Presiden nomor 74/2017 tentang roadmap *e-commerce* telah diberlakukan. Peta jalan terdiri dari delapan program strategis utama dalam dua tahun ke depan, yang meliputi: 1) skema pendanaan; 2) Kemudahan regulasi pajak untuk *e-commerce* lokal dan global penyedia; 3) Perlindungan konsumen (termasuk gerbang pembayaran nasional); 4) Pendidikan dan sumber daya manusia pengembangan tentang *e-commerce*; 5) Komunikasi infrastruktur (pengembangan broadband dan domain gratis); 6) logistik (cetak biru sistem logistik nasional); 7) Siber peraturan keamanan (transaksi *e-commerce* nasional sistem pemantauan); dan, 8) pembentukan manajemen tim untuk implementasi peta jalan *e-commerce*.

Kemudian studi yang dilakukan oleh Prastyanti (2013) mengenai evaluasi efektivitas UU ITE dalam pelaksanaan *e-commerce* bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa UU ITE tidak efektif untuk melindungi kepentingan seluruh warga negara khususnya pengguna *e-commerce*. Hal ini tidak akan dapat dijalankan dan diterapkan dengan baik apabila tidak adanya kerjasama antara aparat penegak hukum dengan masyarakat luas pada umumnya untuk menjalankan dan mematuhi peraturan tersebut. Hal ini dikarenakan pada kenyataannya, di kehidupan sosial masyarakat, peraturan tersebut hanya sebagai wacana belaka atau bahkan ketidaktahuan masyarakat mengenai Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dengan demikian, faktor yang banyak mempengaruhi efektivitas suatu perundang-undangan adalah profesional dan optimal pelaksanaan peran, wewenang dan fungsi dari para penegak hukum, baik di dalam menjelaskan tugas yang

dibebankan terhadap diri mereka ataupun dalam menegakkan perundang-undangan tersebut.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan Tobing, R.L. (2010) dalam Laporan akhir Penelitian Hukum Tentang Efektifitas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa hambatan efektif tidaknya UU No. 11 tahun 2008 ini tergantung pada regulasi, sumber daya manusia, sarana dan prasarana. Dalam hal ini perlu dilakukan revisi terhadap pasal 43 ayat (6), serta segera diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah dan peraturan pelaksanaannya. Jika dirasa masih kurang, dilengkapi dan disempurnakan melalui praktek hukum atau yurisprudensi serta segera disusun RUU Tindak Pidana Teknologi Informasi (*Cyber Crime*) yang akan melengkapi UU ITE. Disamping itu, perlunya sosialisasi Undang-Undang ini ke Masyarakat.

Selanjutnya studi yang dilaksanakan oleh Harahap, M.A.S. (2012) dalam analisis Penerapan Undang – Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Tindak Pidana Siber. Hasil penelitian mengenai analisis penerapan perundang – undangan tentang informasi dan transaksi elektronik dalam tindak pidana siber ternyata Undang – Undang No.11 Tahun 2008 masih membutuhkan penambahan kesempurnaan khususnya tentang *Procedural Law* dan penanganannya harus dilakukan oleh orang yang memahami teknologi informasi dan komunikasi serta perlunya pembaharuan Undang – Undang atau menerbitkan Peraturan Pemerintah yang mengakomodir sifat kekhususan dari bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Terkait dengan hal tersebut, optimalisasi peraturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* sangat penting. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mantri, B. H. (2007) mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* menyatakan hasil penelitian bahwa Undang–undang perlindungan konsumen No 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di wilayah negara Republik Indonesia. Keterbatasan akan hak – hak

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

konsumen yang diatur dalam UUPK. Selain itu, perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur meliputi perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Permasalahan permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat 2 (dua) permasalahan yaitu pertama permasalahan yuridis, meliputi keabsahan perjanjian menurut KUHPerdara, Penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce*, UUPK yang tidak akomodatif, tidak adanya lembaga penjamin toko *online* kedua permasalahan non yuridis meliputi, keamanan bertransaksi dan tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*.

Selain itu, penelitian yang mengkaji masalah yang dihadapi negara berkembang saat mulai mengadopsi *e-commerce* dilakukan oleh Kausik, P.D (2000) yang menyatakan bahwa hambatan yang dihadapi sebagian negara berkembang adalah infrastruktur komunikasi yang lemah. Dalam hal ini, fasilitas infrastruktur bergantung pada kepercayaan baik konsumen, penjual, dan dimensi perusahaan. Elemen yang penting adalah legal yang kuat. Pada proses transaksi membutuhkan jaminan bahwa mekanisme transaksi dan pembayaran yang legal, barang yang dijual harus sesuai dan cocok untuk digunakan dalam waktu pengiriman yang ditentukan. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan Rahayu, R. & Day, J (2017) yang memperoleh gambaran adopsi *e-commerce* oleh UKM di negara berkembang dan, khususnya, tingkat adopsi *e-commerce* oleh UKM Indonesia. Studi ini menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* oleh UKM di negara berkembang, terutama di Indonesia, masih di tingkat rendah. Sebagian besar dari mereka adalah pengadopsi email dan situs web (baik statis maupun situs web interaktif). Dibandingkan dengan UKM di negara maju, level adopsi *e-commerce* oleh UKM Indonesia masih jauh tertinggal. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kurnia. S. (2006) mengenai *E-Commerce Adoption in Developing Countries: an Indonesian Study*. Temuan penelitian yang dilakukan sejauh ini menunjukkan pertumbuhan positif adopsi *e-commerce* di Indonesia. Hasil penelitian, *e-commerce* memang relevan untuk Indonesia, meskipun

keterbatasan saat ini dengan infrastruktur yang ada dan masalah lain yang berkaitan dengan kondisi ekonomi dan sosial budaya.

Selain itu, masalah lainnya yang berpengaruh pada adopsi *e-commerce* yaitu mengenai kepercayaan terhadap vendor internet, kekhawatiran konsumen *e-commerce* lebih kepada keamanan pembayaran *online*, keandalan perusahaan dan kurangnya kebijakan privasi konsumen, kurangnya kesadaran atau pemahaman masyarakat dari teknologi dan informasi, keamanan bertransaksi, kepercayaan dari pedagang *online* dan internet sebagai media belanja *online*. (Funnell, S,M dan T.Karweni, 1999; Gefen, D,2000; Corbitt, B, dkk. 2002; Rodgers,S dan Harris, M.A, 2003; Hsu, C.L dan Chiang, C.H, 2017). Terkait upaya untuk mengatasi masalah kepercayaan pengguna *e-commerce* berdasarkan studi yang dilakukan sejauh ini dilaksanakan melalui model kooperatif untuk mempromosikan perkembangan yang baik dari pasar elektronik (Hoffman, D.L, Thomas P.N, Marcos P(1999)

Terkait hal tersebut, penelitian mengenai masalah kepercayaan juga telah dilakukan oleh Rofiq, A (2007) mengenai pengaruh dimensi kepercayaan (*Trust*) terhadap partisipasi Pelanggan *E-Commerce*: Studi pada pelanggan *E-Commerce* di Indonesia yang menyatakan bahwa transaksi melalui *e-commerce* memiliki potensi resiko yang cukup tinggi. Oleh karena itu faktor kepercayaan (*trust*) pelanggan terhadap vendor menjadi faktor kunci dalam *e-commerce*. Indonesia sebagai negara sedang berkembang dan baru sekitar lima tahun terakhir mengadopsi *e-commerce*, tentunya memiliki beberapa perbedaan dengan negara-negara maju yang telah lama mempraktikkannya. Perbedaan tersebut setidaknya menyangkut masalah regulasi, perangkat hukum, dan perilaku konsumen. Berkaitan dengan praktek *e-commerce* di Indonesia yang relatif masih baru tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kemampuan (*ability*) vendor *e-commerce* mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) pelanggan *e-commerce* di Indonesia dan pengaruh tersebut tidak signifikan, 2) kebaikan hati (*benevolence*) vendor *e-commerce* mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) pelanggan *e-commerce* di Indonesia dan pengaruh tersebut tidak signifikan, 3)

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

integritas (*Integrity*) vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) pelanggan *e-commerce* di Indonesia dan pengaruh tersebut signifikan, 4) kepercayaan (*trust*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Indonesia dan pengaruh tersebut signifikan. 5) kemampuan (*ability*) vendor mempunyai pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Indonesia, dan pengaruh tersebut tidak signifikan, 6) kebaikan hati (*benevolence*) vendor mempunyai pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Indonesia, dan pengaruh tersebut tidak signifikan, 7) integritas (*integrity*) vendor mempunyai pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Indonesia, dan pengaruh tersebut signifikan.

Berdasarkan pra penelitian, peneliti memperoleh informasi bahwa pada tahun 2019, Pemerintah Provinsi Jawa Barat melakukan kerjasama dengan salah satu *marketplace* yaitu Bukalapak. Bukalapak merupakan bisnis *e-commerce* berbasis *marketplace customers to customers (C2C)*, dimana *website* bukhalapak tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online* antara penjual dan pembeli.

Disamping itu, dalam penggunaan sistem Bukalapak tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Dalam penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Muhsin, A. dan Dinda Amanda Zuliestiana, 2017 yang di dapat dari komentar konsumen Bukalapak di fitur Bukalapak *Care* di akun jejaring sosial *facebook* milik Bukalapak pada tanggal 01 November hingga 13 Desember 2016 bahwa mayoritas konsumen menyampaikan keluhannya terkait pada kualitas layanan dari *website*. Keluhan pada status verifikasi transaksi konsumen yang tidak jelas dengan persentase paling besar yaitu sebesar 38.38% dan iklan pada *website* menggunakan kata – kata kurang pantas presentase paling kecil yaitu sebesar 0,84%. Hal ini menunjukkan bahwa *website* Bukalapak masih kurang baik dalam memberikan pelayanan status verifikasi transaksi konsumen. Selain itu, masalah yang mengindikasikan adanya penjual fiktif

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

seperti pesanan yang belum sampai sekitar 10,67 %. Bukalapak juga lambat merespon masalah konsumen sekitar 12,08% dan kurang memberikan solusi atas permasalahan konsumen sekitar 16,01%. Dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk di lindungi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Endeshaw, A. (2007, hlm. 403) bahwa jika suatu kesalahan terjadi pada sisi penjual, atau barang atau jasa tidak sempurna, maka konsumen akan menerima lebih banyak kerugian dalam transaksi daring dibanding bertransaksi di kehidupan nyata.

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti terhadap sejumlah penelitian terdahulu tentang implementasi kebijakan UU Informasi dan Transaksi Elektronik yang dipaparkan di atas, maka penelitian ini berupaya untuk memperoleh novelty berupa:

Pertama, berkaitan dengan mekanisme sosialisasi kebijakan UU informasi dan transaksi elektronik yang dilakukan Pemerintah terhadap pengguna *e-commerce*. Temuan pertama diharapkan mampu menjelaskan tentang mekanisme sosialisasi kebijakan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce*. Fokus penelitian ini untuk mengkaji sosialisasi kebijakan UU ITE melalui program yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat dengan salah satu *e-commerce* yaitu *marketplace* di Bukalapak. Menurut Pradana (2015, hlm. 37) bahwa *marketplace* menjadi model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara daring. Seluruh transaksi daring harus difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan.

Kedua, berkaitan dengan dampak kebijakan UU Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap masyarakat sebagai pengguna *e-commerce*. Hal ini karena masih terjadi kasus yang merugikan pengguna *e-commerce* khususnya dalam keamanan bertransaksi *online* dan perlindungan konsumen. Temuan kedua diharapkan mampu memberikan informasi mengenai rekomendasi kepada Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk lebih mengoptimalkan peran Pemerintah dalam mengatasi permasalahan yang merugikan pengguna *e-commerce* di Bukalapak.

Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan, ada beberapa permasalahan yang timbul dari perkembangan *e-commerce*, kesulitannya yaitu menyidik pelaku usaha fiktif yang ada di situs jual beli *online* jika terjadi penipuan, atau produk yang dijual kualitasnya tidak sesuai yang diinginkan pembeli. Kesulitan lainnya yaitu melakukan pembinaan pelaku usaha yang ada di situs jual beli daring dan belum mendapatkan data akun pelaku usaha dari penyedia situs jual beli daring seperti *marketplace*. Lebih lanjut, menurut LK (inisial) sebagai staf bagian perdagangan dalam negeri di dinas industri dan perdagangan Jawa Barat, pernah menerima komplain dari pembeli luar negeri yang membeli mobil tua di situs alibaba dan mencantumkan alamat penjual di Bandung, tetapi nomor telepon yang digunakan dari surabaya.

Ketiga, berkaitan dengan peran Pendidikan Kewarganegaraan terhadap perilaku pengguna *e-commerce* agar mampu membangun *civic disposition* (watak kewarganegaraan). Peneliti mengasumsikan bahwa peran pemerintah dalam melaksanakan kebijakan terhadap pengguna *e-commerce* merupakan bagian dari Pendidikan Kewarganegaraan pada domain sosio-kultural. Pada domain ini konsep dan praksis PKn terjadi di lingkungan masyarakat. Maka salah satu komponen Pendidikan kewarganegaraan yaitu *Civic disposition* (watak kewarganegaraan) dipandang sebagai tujuan PKn di masyarakat yang dapat dibina oleh Pemerintah melalui sosialisasi kebijakan UU ITE terhadap pengguna *e-commerce*.

Berdasarkan permasalahan yang sudah peneliti paparkan di atas, maka penelitian mengenai efektivitas kebijakan UU ITE terhadap pengguna *e-commerce* ini penting dilakukan dalam pelaksanaan kebijakan dipandang perlu karena pada tiga hal : *Pertama*, mengevaluasi kebijakan dengan konsep efektivitas dengan harapan dapat memberikan rekomendasi kepada Pemerintah agar lebih efektif dalam mengatasi penyalahgunaan transaksi elektronik pada jual beli melalui *e-commerce*. Terkait hal tersebut, kebijakan merupakan seperangkat aturan atau sebuah tindakan yang dilakukan pemerintah yang didasarkan pada masalah yang muncul atau kebutuhan (Anderson dalam Suharto, 2012, hlm. 44). *Kedua*, mengoptimalkan peran pemerintah

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

dalam melaksanakan kebijakan melalui program pembinaan yang tepat kepada pengguna *e-commerce*, terutama dalam pembinaan sikap pelaku usaha. Sejalan dengan hal tersebut, kebijakan publik mengacu pada apa yang pemerintah secara nyata dilakukan, bukan sekedar pernyataan atau sasaran tindakan yang diinginkan. Lebih pada sasaran yang terarah atau bermaksud tindakannya diikuti oleh aktor atau sejumlah aktor dalam upaya mengatasi masalah (Rogene A. Bucholz dalam Madani, 2011, hlm. 18). *Ketiga*, pentingnya mengukur dampak pelaksanaan kebijakan tersebut kepada pengguna *e-commerce* untuk mengetahui keberhasilan program *e-commerce smart* dalam mengatasi masalah yang muncul dalam jual beli melalui *e-commerce* tersebut. Terkait hal tersebut, dampak program yang diukur mencakup baik yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan (Heryani, 2010, hlm. 7).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Efektivitas Kebijakan UU Informasi dan Transaksi Elektronik tentang *E-commerce* sebagai Civic Disposition (Studi kasus di Kota Bandung)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat *gap* antara realitas dengan idealitas. Dampak dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat manusia berinteraksi satu sama lain melalui internet. Saat ini, sebagian masyarakat melakukan aktivitas dengan menggunakan teknologi yang canggih seperti laptop, *handphone* dan terkoneksi dengan internet. Dengan adanya teknologi ini memberi dampak positif khususnya mengatasi masalah – masalah sosial dan ekonomi. Namun pemanfaatan teknologi saat ini pada kenyataannya belum optimal digunakan dengan baik dalam masalah perdagangan secara daring melalui *e-commerce*. Salah satunya maraknya penipuan transaksi daring melalui *e-commerce*, pencurian data milik pribadi dan perlindungan konsumen, serta belum optimalnya peran pemerintah menindak pelaku kejahatan dalam jual beli secara daring. Namun fenomena yang terjadi di masyarakat yang senang berbelanja daring, merasa lebih praktis dan efektif di bandingkan berbelanja konvensional jika dilihat dari segi waktu. Padahal dari segi

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

kualitas barang dan ketepatan pengiriman barang belum tentu sesuai yang diharapkan. Dengan demikian, rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini yaitu **“Efektivitas Kebijakan UU Informasi dan Transaksi Elektronik tentang *e-commerce* sebagai *Civic Disposition* (Studi kasus di Kota Bandung)”**dapat dirumuskan permasalahan umum pada penelitian ini yaitu:

- 1.2.1 Bagaimana mekanisme sosialisasi kebijakan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat?
- 1.2.2 Bagaimana dampak kebijakan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat?
- 1.2.3 Bagaimana peranan dan eksistensi pendidikan kewarganegaraan terhadap perilaku pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dan menganalisis secara objektif efektivitas kebijakan UU Informasi dan Transaksi Elektronik tentang *e-commerce* sebagai *civic disposition* (Studi kasus di Kota Bandung).

1.3.2 Tujuan Khusus.

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan permasalahan baik umum maupun khusus, penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.3.2.1 Mendeskripsikan mekanisme sosialisasi kebijakan berdasarkan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
- 1.3.2.2 Menjelaskan dampak kebijakan berdasarkan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

1.3.2.3 Menganalisis peranan dan eksistensi pendidikan kewarganegaraan terhadap perilaku pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition*.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini berupaya menelaah konsep dan proses sosialisasi kebijakan UU ITE tentang *e-commerce* melalui program yang dilaksanakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat dalam mewujudkan watak kewarganegaraan pengguna *e-commerce* di Bukalapak. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan sejumlah manfaat, baik dari segi teori, kebijakan, praktik dan isu. Adapun manfaat tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.4.1 Segi Teori

Secara teoritis hasil penelitian dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan PKn terkait desain dan model pendidikan kewarganegaraan pada domain sosio-kultural termasuk didalamnya: a) teori tentang kebijakan publik mengenai informasi dan transaksi elektronik di era digital, c) teori tentang watak kewarganegaraan (*civic disposition*) dalam pembinaan warga negara.

1.4.2 Segi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan, data dan informasi, bahan rekomendasi berupa pendekatan kebijakan kepada pemerintah mengenai dampak dari efektivitas implementasi kebijakan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* di Kota Bandung.

1.4.2 Segi Praktik

Secara praktis melalui penelitian ini berguna untuk :

14.3.1 Diketuinya mekanisme sosialisasi kebijakan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

14.3.2 Diketuinya dampak kebijakan berdasarkan UU informasi dan transaksi elektronik terhadap pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Peni Nurviani Yunansyah, 2019

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN UU INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TENTANG E-COMMERCE SEBAGAI CIVIC DISPOSITION (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

14.3.3 Diketuinya peranan dan eksistensi pendidikan kewarganegaraan terhadap perilaku pengguna *e-commerce* dalam membangun *civic disposition*.

1.4.3 Segi Isu

Secara isu penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai eksistensi serta peranan Pendidikan Kewarganegaraan sebagai wahana dalam membangun *Civic Disposition* (watak kewarganegaraan) yang tujuan agar perilaku pengguna *e-commerce* memiliki karakter yang baik dan cerdas di era masyarakat digital.

1.5 Struktur Organisasi Tesis

Berikut sistematika penulisan yang disajikan penulis dengan berpedoman pada kerangka penulisan karya ilmiah :

Bab 1, berisikan kajian pendahuluan yang dibagi dalam bentuk sub bab sebagai berikut : A. Latar Belakang, B. Identifikasi Masalah, C. Rumusan Masalah, D. Tujuan Penelitian, E. Manfaat Penelitian dan F. Sistematika Penulisan.

Bab II, pada bagian ini akan mengkaji secara mendalam mengenai kajian pustaka yang berisi kerangka teori, analisis dan rekonseptualisasi dari penulis yang bersumber dari pendapat para ahli.

Bab III, merupakan bagian tentang metodologi penelitian. Dalam bab ini, metodologi penelitian akan diuraikan dalam beberapa sub bab berikut : A. Pendekatan dan metode B. Subjek penelitian C. Lokasi Penelitian D. Teknik Pengumpulan Data E. Instrumen Penelitian, F. Tehnik Analisis Data G. Isu Etik.

Bab IV, yang merupakan inti dalam bab nya ini akan membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri A. Gambaran umum lokasi penelitian B. Deskriptif hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

Bab V, merupakan bab penutup yang terdiri dari sub bab yaitu, A. Simpulan, yang akan menyajikan uraian singkat mengenai hasil dan pembahasan penelitian B. Implikasi C. Rekomendasi